



BLICKFANG GMBH
Filderstraße 45
70180 Stuttgart
Deutschland

info@blickfang.com
T +49 711 9909390

Carmen Fischer M.A.
Presse und Kommunikation
T +49 (0) 711 99 093 30
carmen.fischer@blickfang.com

BLICKFANG GMBH Filderstraße 45 | 70180 Stuttgart

Pressemitteilung

Neue Saison mit neuem Auftritt. Die Designmesse BLICKFANG auf Wachstumskurs

Die internationale Designmesse BLICKFANG ist die größte Plattform für unabhängiges Design in Europa. Auf jedem Event präsentieren und verkaufen bis zu 250 Labels Designprodukte aus den Bereichen Möbel, Mode und Schmuck. Mit einem neuen Branding von Studio Besau Marguerre startet die Messe in die neue Saison und bündelt die Unternehmensbereiche nun auch visuell.

Der neue Markenauftritt besteht aus einem neuen Corporate Design und einem neuen szenografischen Auftritt vor Ort. Das Corporate Design stammt von Studio Besau Marguerre und umfasst ein neues Logo, neue Hausfarben und Typografie sowie neue verbindende Gestaltungselemente.



Die neu entwickelte Wort-Bild-Marke stellt die BLICKFANG als starke Dachmarke in den Fokus und bietet darüber hinaus Möglichkeiten, weitere Unternehmensbereiche, wie Onlineshop und die neu gegründete Akademie, zu kommunizieren und damit die BLICKFANG zu stärken.

Die starke Wort-Bild-Marke schafft als fester Bestandteil des Corporate Designs einen hohen Wiedererkennungswert.

Ungewöhnlich ist die Entscheidung der Messeveranstalter, statt auf eine feste Unternehmensfarbe zu setzen, nun mit einer jährlich wechselnden Farbe zu arbeiten, die sämtliche Kommunikationsmedien dominiert. In der Saison 2021-2022 tritt die Designmesse mit Salbeigrün auf. Der Farbton steht für Frische und wirkt zugleich zeitgemäß und elegant.

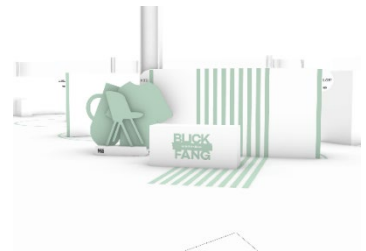
Neben der Wort-Bild-Marke treten vier Icons als verbindende Elemente im Markenauftritt hervor. Die Icons lassen als Umrisse die vier Bereiche der Designmesse erkennen: Einen Stuhl für den Möbelbereich, ein Shirt für den Messebereich Mode, eine Karaffe für den Interiorbereich und eine Tasche für den Accessoires.



BLICK DESIGNMESSE FANG

Als Hausschrift wird künftig die serifenlose Campton eingesetzt. Diese stellt einen Kontrast zum farbigen und verspielten Gesamtauftritt dar und zeugt damit von einem aktuellen Gestaltungsanspruch.

Mit dem angepassten Claim „Gutes Design zum Verlieben und Kaufen“ macht die Designplattform deutlich, dass sie weiterhin ihren festen Platz in der Designszene hat. Sie aber von ähnlich konzeptstarken Messen dadurch unterscheidet, dass Besucher:innen der Veranstaltung alle Produkte direkt vor Ort kaufen und mitnehmen können. Damit unterscheidet sich die BLICKFANG etwa von Fachmessen mit ähnlichem hohem Designanspruch.



Vor Ort überrascht die BLICKFANG Besucher:innen und Labels mit einer neuen szenografischen Gestaltung. Die Werte und das Versprechen der Designmesse, nur bestes, von einer Jury kuratiertes Design zu zeigen, bleiben weiterhin bestehen. Auch die durchdachte Mischung aus Möbel, Mode und Schmuck bleibt bestehen. Neu wird allerdings der Auftritt mit inszenierten Lounges und szenografischen Elementen sein.



Mit der Neuentwicklung hat die BLICKFANG das Hamburger Studio Besau Marguerre beauftragt. Eva Marguerre und Marcel Besau kennen die BLICKFANG bereits seit Jahren. Als Studierende der HfG Karlsruhe haben Eva Marguerre und Marcel Besau vor 13 Jahren an der BLICKFANG Wien die Designwelt auf sich aufmerksam gemacht. Als Kuratoren des Jahres sind sie zur BLICKFANG zurückgekehrt und haben jungen Designlabels mit ihren Erfahrungen und Tipps beraten.

Das Roll-out des neuen Corporate Designs erfolgt ab heute über alle Touchpoints der BLICKFANG GmbH.

Die BLICKFANG wurde vor rund 30 Jahren von Dieter Hofmann in Stuttgart gegründet und ist die größte Plattform für unabhängiges Design in Europa. An jährlich sechs Standorten (Stuttgart, Hamburg, Zürich, Wien, Basel und Düsseldorf) kommen bis zu 900 Labels und 90.000 Besucher:innen zusammen. Kennzeichen der Designmesse ist, dass sich Labels nicht anmelden können, sondern sich um einen Platz vorab bewerben müssen. Die Zusagen werden von einer Fachjury vergeben.



/// Kontakt

Bei etwaigen Fragen steht Ihnen das BLICKFANG -Team gerne zur Verfügung!
Carmen Fischer | carmen.fischer@blickfang.com | Tel. +49 (0)711 990 93-30

/// Bildarchiv

Bildmaterial zur kostenfreien Verwendung finden Sie auf unserer Website unter <https://www.blickfang.com/internationale-designmesse/presse/pressecenter> der Fotocredit lautet © BLICKFANG.

/// Save the Date

BLICKFANG Basel | Messe Halle 3 | 01 | 02 | 03 Oktober 2021

BLICKFANG Wien | MAK | 15 | 16 | 17 Oktober 2021

BLICKFANG Hamburg | Messe Halle B1 | 22 | 23 | 24 Oktober 2021

BLICKFANG Stuttgart | Pop-up | Liederhalle | 28 | 29 | 30 Oktober 2021

BLICKFANG Zürich | Kongresshaus | 19 | 20 | 21 November 2021

NEU: BLICKFANG Düsseldorf | Areal Böhler | 27 | 28 November 2021

BLICKFANG Stuttgart | Liederhalle | 18 | 19 | 20 März 2022

BLICKFANG Basel | Messe Halle | 25 | 26 | 27 März 2022

/// BLICKFANG in Kürze

Die BLICKFANG ist das größte Design Shopping Event in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie findet seit 29 Jahren im jährlichen Rhythmus an sechs europäischen Standorten statt.

- Basel | Wien | Zürich | Stuttgart | Hamburg | Düsseldorf
- Jährlich beteiligen sich mehr als 900 Designer:innen an der BLICKFANG.
- Sie arbeiten in den Bereichen Möbel, Produkte, Mode und Schmuck.
- 2021 überrascht die Designmesse mit einem neuen Markenauftritt, der von Studio Besau-Marguerre verantwortet wird.
- Über 90.000 Menschen besuchen die BLICKFANG im Jahr.
- Für die BLICKFANG muss man sich bewerben; eine Fachjury wählt aus allen Einreichungen rund ein Drittel als Aussteller aus.



Interview mit Besau Marguerre (SBM)

Liebe Eva, lieber Marcel, ihr seid der BLICKFANG auf verschiedenste Weise verbunden. Ist es eigentlich einfacher oder schwieriger, ein Rebranding für ein Unternehmen zu gestalten, das man sehr gut kennt?

SBM: Es ist definitiv einfacher. Wir kennen die Messen, das Team und den Geist der Events. Für die BLICKFANG mit ihrer Nähe zwischen Kunde und Designer und Marke gab es viel Potenzial, das wir beim neuen Auftritt nutzen konnten. Der Markt und die Messen im Allgemeinen sind stark im Wandel. Das Bedürfnis der Menschen, Produkte und Personen wieder persönlich kennenzulernen, die Geschichte und die Produktionsweisen dahinter zu erfahren, ist seit 2020 enorm gestiegen – also etwas, wofür die BLICKFANG seit rund 30 Jahren steht. All das Wissen und unsere Erfahrungen in der Möbelbranche, haben uns im kreativen Prozess für das Rebranding sehr geholfen.

Verspielt oder Puristisch? Wegbegleiter oder Vorreiter? Was sind die gestalterischen Ziele mit dem neuen Markenauftritt?

SBM: Wir wollten für die BLICKFANG einen nahbaren Markenauftritt schaffen, der die Welt des Designs und Handwerks verbindet und zugleich beide Bereiche widerspiegelt. Im neuen Logo der BLICKFANG findet man das kleine Detail des „Tape Streifens“. Er stellt die BLICKFANG, die Prozesse und die Aussteller in den Fokus. Er zeigt, es handelt sich hier um etwas Handgemachtes, etwas Emotionales, aus einem kreativen Prozess Entstandenes – die Messen, aber vor allem die Produkte, die man hier findet. Dem gegenüber steht die gradlinige, serifenlosen Schrift, die Klarheit und Ruhe und eine zeitgenössische Gestaltungssprache vermitteln soll. Insofern: Verspielt und puristisch.

Euer Farbgefühl gilt als auf den Punkt perfekt abgestimmt. Ein großes Fachmagazin hat über euch sogar geschrieben, dass ihr Farben wie Luft zum Atmen braucht. Die BLICKFANG überrascht in diesem Jahr mit einem sanften und frischen Salbeigrün. Was löst die Farbe in uns aus?

SBM: Farben sind ein emotionaler Zugang zu unserer Welt, zu Räumen, zu Produkten. Das liegt in unserer Natur als Mensch. Sie sind eine Kommunikationsebene, der wir uns nicht entziehen können. Und bei allem Konsens ist die Wahrnehmung sehr individuell. In unserem Konzept zum Rebranding haben wir uns entschieden jährlich wechselnde Fabeln zu realisieren. Für uns versinnbildlicht es die Vielfalt dessen, was auf den BLICKFANG Messen stattfindet. Es ist eine heterogene Designmesse, die sich mit ihren Ausstellern wandelt. Nicht zuletzt können wir so auch auf Trends reagieren. Das heißt nicht zwingend, jedes Jahr die Trendfarbe des Jahres einzusetzen, sondern einen steten, lebendigen Wandel zu erlauben. Die Farben sollen wie eine Klammer den Events ein kuriertes Ganzes dienen, als Fundament für die Individuellen Auftritte der Aussteller.



Das Corporate Design ist sozusagen die Visitenkarte eines Unternehmens. Und das Erste, was man davon sieht, ist häufig das Logo. Welche Elemente habt ihr für die Wort-Bildmarke eingesetzt? Was ist geblieben und was ist neu?

SBM: Neben der Schrift und dem Tape-Streifen im Logo ging es uns auch darum, die Gesamtheit der Marke BLICKFANG im Auge zu behalten. Die BLICKFANG ist so viel mehr als „nur“ Designmesse. Die BLICKFANG ist auch der Onlineshop, der Future Forward Award für Nachwuchsdesigner, die Akademie und viele weitere Bestandteile.

Neben den neuen Farben und dem Logo haben wir deshalb eine Kollektion an Icons angelegt, die auf die unterschiedlichen Produktkategorien vor Ort referenzieren. Also auf Möbel, Mode, Interior und Schmuck. Auf dieser eher abstrakten Ebene bringen wir die Produkte mit dem Markenauftritt zusammen.

Die Icons zusammen mit der Farbe ermöglichen einen spielerischen, gestalterischen Einsatz, der wieder Bezug zu der Lebendigkeit der BLICKFANG nimmt und dennoch eine klare Designsprache schafft.

Nicht nur das Corporate Design der BLICKFANG wurde von euch „erfrischt“, sondern auch vor Ort erwarten die Besucher:innen neue Ideen. Was könnt ihr schon verraten?“

SBM: Allzuviel wollen wir natürlich nicht verraten, nur so viel, das natürlich auch vor Ort auf den Messen das Rebranding aufgenommen wird. Wir wünschen uns, dass gerade jetzt nach dem letzten, turbulenten Jahr in der Pandemie die Energie, die jeder einzelne in seine Marke investiert hat und nicht zuletzt auch die Kraftanstrengungen des BLICKFANG-Teams wieder Früchte tragen wird.



Interview mit Dieter Hofmann (DH)

Dieter Hofmann gründete vor rund 30 Jahre die Designmesse BLICKFANG in Stuttgart. Heute ist die BLICKFANG die größte Plattform für unabhängiges Design in Europa. Feste Stationen sind Hamburg, Düsseldorf, Wien, Zürich, Basel und natürlich Stuttgart. Weitere Standorte waren Kopenhagen oder Tokyo. Das letzte Rebranding der BLICKFANG fand vor rund 10 Jahren statt.

2021 ein Live-Messekonzept neu aufzulegen ist eine nicht ganz gewöhnliche Entscheidung, oder?

DH: Wir erleben ja gerade auch außergewöhnliche Zeiten. Es ist in meinen Augen daher sogar genau der richtige Zeitpunkt. Wir alle haben Außergewöhnliches hinter uns und freuen uns nun umso mehr, wieder die Dinge zu erleben, auf die wir uns so lange verzichtet haben: Persönliche Begegnungen. Überraschende Geschichten erfahren. Gutes Design entdecken. Und deshalb ist dieses Jahr genau der richtige Zeitpunkt, um nicht mehr nur an alte Freuden anzuknüpfen, sondern alle zu überraschen und die Vorfreude auf die BLICKFANG-Veranstaltungen noch mehr zu steigern.

Was erwartet alle, die die BLICKFANG besuchen werden?

DH: Die BLICKFANG-Besucher:innen erwartet das bewährte und beliebte BLICKFANG-Konzept in neuem Gewand. Wir halten natürlich auch weiterhin unser Versprechen, nur ausgewähltes, nur gutes Design zu zeigen. Design zum Verlieben und Kaufen.

Der komplett neue Markenauftritt dagegen erfrischt und begeistert vor Ort, da bin ich mir sicher. Die BLICKFANG ist für unsere Fans und Designer so viel mehr geworden als nur eine Veranstaltung. Die BLICKFANG ist ein Erlebnis, ein Ereignis, das einmal im Jahr in der jeweiligen Stadt stattfindet. Und wie vor jedem außerordentlichen Ereignis steigt die Vorfreude ins Maximale. Wir halten natürlich auch weiterhin unser Versprechen, dass die Produkte, die man bei uns findet, das Leben schöner und vielfältiger machen.

Worauf freust du dich persönlich besonders?

DH: Ich freue mich besonders darauf, mit meinem Team freitags die BLICKFANG zu eröffnen und die Reaktionen der Besucher zu beobachten. Ich freue mich auf die persönlichen Gespräche mit unseren Designern. Auf spontane Begegnungen mit alten Bekannten, die uns besuchen. Einfach darauf, endlich wieder Messen durchführen zu können und die Erwartungen unserer Besucher nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen.